



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

**Elävän musiikin suosion vaihtelevuus turkulai-
sessa rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän
päivään**

Jan Trygg

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Toukokuu/2013

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Jan Trygg	Sivumäärä 35 ja 3 liitesivua
Työn nimi Elävän musiikin suosion vaihtelevuus turkulaisessa rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän päivään.	
Ohjaavat opettajat Benny Majabacka, Minna Hautio	
Tiivistelmä <p>Elävä musiikki on merkittävä osa musiikkia ja kulttuuria. Kulttuurituotanto liittyy asiaan vahvasti ja kulttuurituottajat ovat jatkuvasti tekemisissä elävän musiikin kanssa osana työnkuvaansa.</p> <p>Opinnäytetyöni tavoitteena on löytää elävän musiikin suosion vaihtelevuudesta johdonmukaisuutta, sekä mahdollisia ennustettavia piirteitä. Tutkimus selvittää miten elävän musiikin esittämiseen soveltuvien tilojen, eli aktiivisten keikkapaikkojen määrä vaikuttaa elävän musiikin kentän elinvoimaisuuteen.</p> <p>Tutkimuksen lähdemateriaalin pääpaino on avoimissa haastatteluissa, jotka tehtiin kevään 2012 aikana. Kaikki haastateltavat ovat toimineet pitkään elävän musiikin parissa ja heiltä saatu informaatio oli erittäin tärkeää opinnäytetyön uskottavuuden ja aihepiirin ymmärtämisen kannalta.</p> <p>Tutkimus on tehty kulttuurituottajan näkökulmasta ja sitä voidaan toivottavasti hyödyntää kulttuurituotannon kentällä.</p>	
Asiasanat kulttuurituottajat, musiikkikulttuurit, keikkamyynti	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Jan Trygg	Number of Pages 35 and 3 appendix pages
Title The popularity of Turku based live music and its changes from 90's until today	
Supervisor(s) Benny Majabacka, Minna Hautio	
Abstract Live music is an important part of culture and music itself. Cultural management is strongly related to live music and live music is a part of Cultural management's job description. The aim of this thesis is to find consistency in live music's popularity, in its variability and if there is noticeable predictability to it. This study is investigating how the variability and the amount of live music venues affect on live music vitality. Source of the material for this study is based on the open-ended interviews done during the spring 2012. All the interviewees have been involved in the local live music scene in Turku for a long time and the information collected from them is a vital part of the credibility of this thesis and its nature. The study is made from a cultural producer's point of view and can hopefully serve the field on its various different sections.	
Keywords live music, cultural management, booking	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	8
3.1 Ilmiöiden ja tyyliuuntausten vaikutus	12
3.2 Keikkapaikkojen määrä ja monipuolisuus vaikuttavana tekijänä keikoilla käymiseen.....	14
3.3 Elävän musiikin kuuntelu sosiaalisena tapahtumana	19
4 MUUTOKSET ELÄVÄN MUSIIKIN TALOUDESSA.....	21
4.1 Taloudellisten riskien muutos.....	23
4.2 Muutos ohjelmamyyjien suhteen.....	25
4.3 Pääsyliput	26
4.4 Muutos musiikin digitalisoitumisen myötä	28
4.5 Elävän musiikin tulevaisuuden näkymät	31
5 YHTEENVETO	32
LÄHTEET	34
LIITTEET	36

1 JOHDANTO

Musiikkia on ollut jossain muodossa aina ja siihen liittyy suuresti myös osallistavat tekijät. Jo kauan sitten ihmiset ovat tanssineet yksinkertaisen rumpurytmin tahdittamana toteemipaalun ympärillä ja kokeneet yhdessä jotain. Musiikki on ollut aina ihmisiä yhteen keräävä tekijä ja siihen liittyy myös paljon muuta kuin itse musiikin kuuntelu. Tämä opinnäytetyö keskittyy elävään musiikkiin ja siihen, miten ihmiset kiinnostuvat elävästä musiikista, eli arkisemmin ilmaistuna miten maksava yleisö käy keikoilla ja onko elävän musiikin suosion vaihtelevuudessa havaittavissa merkkejä johdonmukaisuudesta ja voiko syklien vaihtuvuuksissa nähdä ennustettavia piirteitä.

Elävän musiikin esittämiseen tarvitaan aina oikeanlainen ympäristönsä eli tila ja musiikin toistamiseen tarvittava äänentoisto sekä henkilökunta. Tutkimukseen liittyvät siis oleellisesti rock-klubit. Tutkimus kartoittaa edesmenneet ja olemassa olevat turkulaiset keikkapaikat tuottajan näkökulmasta, eli miten rock-klubien suosioon ovat vaikuttaneet niiden sijainti, asiakaspaikkojen määrä eli tilan koko sekä klubien imago. Olen tehnyt asiasta empiiristä tutkimusta jo yli kymmenen vuoden ajan käymällä aktiivisesti keikoilla sekä toiminut aktiivisena tapahtumajärjestäjänä Turun alueella sekä pääkaupunkiseudulla.

Rajaan tutkimuksen ajallisesti noin kahdenkymmenen vuoden ajanjakson sisälle, eli 90-luvulta tähän päivään. Rock-musiikki on musiikkityylinä edelleen melko nuori, mutta se on syntymisensä jälkeen kuitenkin ehtinyt vakiinnuttamaan tunnistettavimmat tyylinsä, jotka ovat ehtineet jalostua 90-luvulle tultaessa jo moneen kertaan ja näin ollen voidaan olettaa, että musiikkityyliin syklit ovat aloittaneet kiertokulkunsa uusien trendien ja ilmiöiden myötä. Juurevimmat rock-musiikin tyylilajit ovat siis ehtineet jo aikaisemmin olla olemassa ja ovat saaneet siirtyä uusien tyylien tieltä, kunnes niiden on taas aika nousta uudelleen esiin.

Elävän musiikin suosio liittyy kulttuurituottajan työhön hyvin vahvasti, siksi tutkimus tarkastelee aihetta tuottajan näkökulmasta ja asettaa tutkimuskysymyksen onko elävän musiikin suosion vaihtelevuuden syklit mahdollisesti ennakoitavissa eri ajanjaksojen tai ilmiöiden syntymisten myötä ja näin ollen onko mahdollista saada myös tietoa jota voidaan hyödyntää tuottajien keskuudessa ta-

loudellisista näkökulmista. Tutkimusta voidaan toivottavasti hyödyntää myös muilla tuottajien työn osa-alueilla kuin vain elävän musiikin osa-alueella, johon opinnäytetyössäni keskityn.

Esimerkkinä voidaan nostaa muutaman viime vuoden aikana uudestaan maksavan yleisön suosioon nousseen suomipunkin yhtyeet kuten Kakkahätä -77, Pertti Kurikan Nimipäivät sekä Suomen viralliselle listallekin noussut Pää Kii. (Musiikkituottajat 2013a). Kyseiset yhtyeet soittavat loppuunmyydyillä rockklubeilla sekä kotimaan suurimmilla festivaaleilla. Ensimmäiset kotimaiset punkbändit olivat yleisönsä suosiossa yli kolmekymmentä vuotta sitten kuten Eppu Normaali, Ypö-Viis sekä Kollaa Kestää. (Nurminen 2012)

Esimerkkeinä nostin edellä mainitut yhtyeet, sillä niiden syntyaikoina yhtyeitä kuunteli hyvin tiivis oma ryhmänsä jotka kutsuivat itseään punkkareiksi jotka olivat selkeästi erillään valtavirran musiikinkuluttajista. Vaikka tämän hetken suosittujen ja katu-uskottavien punk-yhtyeiden musiikki on tunnistettavasti samalaista kuin 30-vuotta sitten punkia soittaneiden yhtyeiden, on nykyisten punkbändien kohdeyleisö tänä päivänä huomattavasti laajempaa. Kyseessä ei ole enää pienen tiiviin yhteisön musiikkia, vaan musiikista on tullut myös huomattavasti laajemman kuulijakunnan musiikkia jotka eivät ole kiinnostuneita punkmusiikin alun alkaen yhteiskunnallisesta sanomasta sen enempää kuin sen kolmenkymmenen vuoden takaisten kuuntelijoiden keskuudessa vallinneesta ryhmähengestä. (Nurminen 2012). Tutkimus sivuaakin elävän musiikin kuuntelemista myös sosiaalisena ilmiönä, eli miten elävän musiikin kuuntelu on muuttunut sosiaalisena ilmiönä sen kuluttajien keskuudessa noin viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana.

Lähdemateriaalin pääpaino on haastatteluihin perustuva. Haastateltavat henkilöt ovat toimineet pitkään Turussa elävän musiikin kulttuurin elävöittäjinä ja omaavat selkeän näkemyksen mitä Turussa on tapahtunut viimeisen kahden vuosikymmenen aikana ja ennen kaikkea miten keikoilla käymisen suosio on vaihdellut, jaksottunut ja onko nähtävissä selkeitä syklejä jotka selittävät nousut ja laskusuhdanteet kävijämäärissä.

Henkilökohtaiset tavoitteeni opinnäytetyön ja tutkimusaiheeni suhteen ovat selkeät: haluan kartoittaa miten elävän musiikin suosio maksavien asiakkaiden keskuudessa on viimeisen kahdenvuosikymmenen aikana vaihdellut ja mitkä ovat olleet tähän vaikuttaneita tekijöitä. En varsinaisesti sulje pois mitään musiikinlajia, mutta haastattelemani henkilöt ovat elävöittäneet turkulaista elävän musiikin kulttuuria pääasiassa orgaanisen musiikin saralla.

Tavoitteena on verrata haastatteluista saatua tietoa keskenään ja tutkia löytyykö elävän musiikin suosion vaihtelussa johdonmukaisuutta ja tätä kautta jonkin asteista ennustettavuutta. Henkilökohtaisena tavoitteena on myös erilaisten ilmiöiden ja trendien kartoittaminen ja miten pitkäkestoisia joidenkin näiden ilmiöiden elinkaari on ja ovatko ne mahdollisesti tietyin aikavälein toistuvia?

2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi olen valinnut laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän, sillä tutkimus pyrkii ymmärtämään elävää musiikkia kokonaisvaltaisena ilmiönä ja sen pääpaino on haastateltavilta saaduissa haastatteluisissa. (Tuomi & Sarajarvi 2009, 108-112.) Haastattelujen tukena on käytetty myös tutkimusaiheeseen liittyvää lähdemateriaalia, kuten lehtiartikkeleja sekä alan kirjallisuutta.

Haastattelut toteutettiin avoimista kysymyksistä koostuvista teemahaastatteluisista. Kaikki haastattelut määräytyivät saman puolistrukturoidun haastattelupohjan mukaan (LIITE 1). Kysymykset esitettiin samassa järjestyksessä, ne nauhoitettiin ja litteroitiin jälkikäteen. Haastateltavat valitsin sen mukaan miten pitkään he ovat vaikuttaneet elävän musiikin kentällä ja miten uskottavia heidän näkemyksensä ja kokemuksensa tutkittavan asian aihepiirissä ovat. Haastateltavia oli yhteensä viisi ja kaikki ovat omalla osa-alueella arvostettuja sekä vaikutusvaltaisia henkilöitä. Haastattelun ulkopuolelle jäi henkilöitä jotka olisivat myös osanneet kertoa kokemusperäisesti Turun elävän musiikin kentällä tapahtuneista asioista ja historiasta, mutta tutkimukseen osallistuneet haastateltavat jakoi-
vat varsin runsaan määrän tärkeää tutkimustietoa, jonka pohjalta tutkimuksen tulokset ovat erittäin uskottavia.

Haastateltavat:

Haastateltava nro 1: Jussi Lehtinen, edesmenneen Appelsiini-klubin ravintoloitsija, nykyisten Dynamo- ja Jazz-klubi Monkin ravintoloitsija sekä ohjelmapäällikkö. Pitkänlinjan dj nimellä Dj Fog.

Haastateltava nro 2: Jussi Helenius, Turun Levykauppa Äx:n myymäläpäällikkö, edesmenneen metallikeikkoja järjestäneen WCH-yhdistyksen toiminnanjohtaja sekä Axegressor ja Cannibal Accident yhtyeiden solisti.

Haastateltava nro 3: Kimmo Nurminen, indierock-ilmaisjakelulehti SUE:n päätoimittaja (levikki noin 60 000 kpl ympäri Suomea), Indie-iltamien perustaja (jär-

jestetty vuodesta 1994) sekä vuodesta 2012 Turun Klubin ohjelma- ja markkinointipäällikkö.

Haastateltava nro 4: Ari Vääntänen, SUE-lehden toimituspäällikkö, kirjailija (kirjoittanut muun muassa 2011 ilmestyneen Hanoi Rocks solistin Michael Monroen elämäkerran) ja rockmuusikko.

Haastateltava nro 5: Tomi Arvas, Turun nuorisoihiankeskuksen (VIMMA) toiminnanjohtaja (toiminut myös Auran Panimon musiikkitoiminnanjohtajana, nuorisokeskus Palatsin toiminnanjohtajana), Turku Bandstand-kisan perustaja.

3 MUUTOKSET ELÄVÄN MUSIIKIN SUOSIOSSA

Tekijänoikeusjärjestä Teosto, joka edustaa noin 27 000 kotimaista ja lähes kolme miljoonaa ulkomaista musiikin säveltäjää, sanoittajaa ja musiikinkustantajaa määrittelee elävän musiikin olevan tapahtuma, jossa esitetään orkesterin, solistin tai jonkun muun esiintyjän soittamaa tai laulamaa elävää musiikkia. (Teosto 2013).

Haastateltavista Lehtinen ja Nurminen molemmat toteavat elävän musiikin suosion syklien olevan havaittavissa ja ympäripyöreästi voidaan puhua noin kolmen – viiden vuoden ajanjaksoista. Lehtinen (2012) nostaa esimerkiksi 90-luvun puolivälin jälkeen esillä olleen big beat-konemusiikkityylisuunnan joka oli kovassa nosteessa ja tuoreen kuuloista. Monet alkoivat tekemään tämän genren musiikkia ja keikkoja oli paljon, jolloin tyyllisuunnan kiinnostavuus alkoi pikkuhiljaa vähentyä.

Lehtinen (2012) viittaakin konemusiikkipohjaisten genrejen suosion päättyvän monesti siihen, että artisteja alkaa olla liikaa jotka banalisovat genren ja jolloin se alkaa menettää sekä kiinnostavuutensa että suosionsa. Tässä vaiheessa orgaaninen musiikki alkaa vuorostaan nostaa suosiotaan elävän musiikin kentällä. Nurminen (2012) tukee väitettä nostamalla esiin S-osiksella järjestetyn Hang the dj-klubin jota järjestettiin 90-luvun lopulla juuri siihen aikaan vallineiden dj-vetoisten klubien vastapainoksi. Hang the dj -klubeilla nähtiin nimenomaan elävää musiikkia. Yleisöä riitti paljon ja konsepti pidettiin mielenkiintoisena ottamalla kyseessä olevalle klubille esiintymään aina eri yhtyeitä.

”Ihmiset vain kyllästyvät siihen mitä on just sillä hetkellä ollut tarjolla ja alkavat kaipaamaan uutta. Sitten kun on paljon livekeikkaa ja tapahtumaa ihmiset kyllästyvät niihin ja alkavat ehkä käymäänkin esimerkiksi dj-keikoilla. Kun ihmiset taas kyllästyvät niihin ne alkavat taas kiinnostumaan live-meinigistä”.
(Nurminen 2012.)

Nurminen järjesti 90-luvulla Auran Panimo yhdistys -nimellä keikkoja TVO:lle, S-osikselle, Appelsiiniin sekä nuorisotalo Auran Panimolle. Kaikilla järjestettävillä keikoilla kävi paljon yleisöä.

Helenius sekä Vätänen vetoavat molemmat ihmisten olleen 90-luvulla kiinnostuneita elävästä musiikista sen itsensä vuoksi, vaikka esiintyjistä ei olisi tiedettykään. Helenius (2012) kertoo järjestämiensä metallikeikkojen suosion olleen kovassa noususuhdanteessa, koska kyseisille keikoille ei siihen aikaan ollut tarjontaa. Silloin yleisöä tuli keikoille vaikka bändit olisivat olleet aivan tuntemattomia.

Vätänen (2012) mainitsee rock-klubi Down Townin jossa oli 90-luvulla paljon bändejä, mutta silloin ei erikseen huomioitu, että kyseessä olisi ollut mikään säännöllisesti järjestettävä klubi. Oli vain selkeästi elävää musiikkia jota ihmiset tulivat sinne katsomaan ja se oli kiinnostavaa vaikka bändeistä ei olisi tiedetty mitään etukäteen. Bändien oli myös helppo saada keikkoja Down Towniin sillä se oli baarin juttu, että ihmiset tulevat sinne katsomaan elävää musiikkia jolloin sitä myös piti siellä olla.

Vätänen (2012) toteaa yleisön nykyään menevän katsomaan suurimmaksi osaksi jotain tiettyä bändiä eikä niin ikään elävän musiikin itseisarvon vuoksi. Nyt kun tarjontaa on paljon tänäpäivänä, huomaa sen selkeästi yleisömäärissä sanoo Helenius (2012) ja jatkaa:

”Laskusuhdanne syntyy, kun tarjontaa on liikaa, koska ihmisillä on rajallisesti rahaa, aikaa ja mielenkiintoa. Ei ihmiset jaksa joka viikonloppu kaks päivää käydä baareissa vaikka olisi mitä bändejä. Kyseessä on saturaatiopiste, jonka jälkeen alkaa laskusuhdanne, eli kaikelle on maksimi mitä voi olla. Ei voi koko ajan kysyntä nousta tai edes pysyä samana”. (Helenius 2012)

Arvas (2012) näkee tällä hetkellä olevan kauden, jolloin isot ja nimekkäät bändit kiinnostavat ihmisiä paljon. Isoja areenoita myydään loppuun Turussa ja muualla kovilla lipunhinnoilla tunnissa. Arvaksen näkemyksen mukaan tämä syö mielenkiintoa ja yleisöä pienemmiltä bändeiltä. Jos yleisö käy katsomassa Logomossa tai Caribian 994-hallissa järjestettäviä keikkoja kalliilla lipunhinnoilla, on tämä varmastikin pois pienempien paikkojen kuten Turun Klubin keikoilta, jonne pienempien bändien keikoille liput ovat paljon edullisempia. (Arvas 2012.)

Arvas (2012) sanoo elävän musiikin tilanteen olevan tällä hetkellä aivan erilainen kuin aikaisemmin. Nyt Suomessa käy kesäisin noin kymmenkunta stadion-

luokan bändiä jollaisia ei aikaisemmin ole Suomessa nähty pienten levy-myyntien ja logististen ongelmien takia. Nyt isoja keikkoja myydään loppuun tunnin sisällä. Tämä on osaltaan johtanut siihen, että on syntynyt tapa, jolloin keikoilla kyllä käydään, mutta esiintyjien tulee olla nimekkäitä ja tunnettuja jotta ihmiset saadaan liikkumaan ja läsnä oleviksi keikoille.

Arvas (2012) mainitsee myös kulloinkin yleisesti vallitsevan taloudellisen tilanteen. Kun taloudessa on lama-aika, menee elävällä musiikilla vastavuoroisesti verrattaen jonkun verran paremmin. Esimerkkinä Arvas nostaa myös radion, jonka kuuntelijaluvut nousevat aina selkeästi suuremmiksi kun taloudessa menee huonommin eli ihmiset turvautuvat silloin radioon. Kun kuuntelijamäärät nousevat, mainostajat kiinnostuvat ostamaan kanavilta mainospaikkoja ja näin ollen radiokanavilla menee paremmin silloin kun taloudessa menee huonommin. Taloudellisesti epävakaina aikoina kotitalouksissa rahaa käytetään myös helpommin lähellä oleviin virikkeisiin kuten keikkalippuihin, sillä ilta elävän musiikin parissa tai ravintolassa tulee huomattavasti halvemmaksi kuin laskettelu- tai etelänmatka. (Arvas 2012.)

3.1 Ilmiöiden ja tyyliuuntausten vaikutus

Väntänen (2012) toteaa olleen erilaisia ilmiöitä jotka vaikuttavat ja saavat ihmiset kiinnostuneiksi ja yleisöt liikkeelle. Varsinkin nuoret seuraavat sellaisia ilmiöitä ja käyvät katsomassa sellaisten tyyliuuntausten keikkoja jotka ovat suosittuja.

Esimerkkinä Väntänen (2012) mainitsee 2000-luvun puolella välissä vallinneen Suomi-metalli buumin, jonka lippulaivoina toimivat muun muassa Mokoma ja Timo Rautiainen & Trio Niskalaukaus. Väntänen kokee ilmiön ehdottomasti nostamisen arvoiseksi, sillä paria vuotta tätä aikaisemmin ajatus suomeksi laulettua heavysta tuntui täysin absurdilta ajatukselta. Suomi-metallin suosion jälkeen huomasi selvästi, miten Riston tapaiselle astetta kokeellisemmalle indie-musiikille alkoi löytyä kysyntää yleisön joukossa. Ilmiöt kulkevat sykleissä ja Väntänen tiivistää esimerkiksi punk-musiikin osalta asian ytimekkäästi seuraavasti:

”Punk-hommat menee aina kausiluontoisesti”. (Väntänen 2012).

Lehtinen (2012) kokee rock-musiikin olevan sellainen ilmiö, joka elää ja tulee pienin variaatioin aina uudestaan takaisin sen jälkeen kun ihmiset ovat siihen jossain vaiheessa kyllästyneet. Lehtinen kertoo myös tyyliuuntien suosion vaihtelevuuden vaikuttavan myös turkulaisten yhtyeiden keikkasuosioon. Esimerkkinä Lehtinen (2012) nostaa australialaisen The Vinesin sekä ruotsalaisen The Hivesin tyyppisten garage-rock yhtyeiden edustaman skenen suosion hiipumisen maailmalla, jolloin myös turkulaisten saman tyyliuunnan edustajien kuten Sweatmasterin keikkasuosio väheni paikallisella tasolla.

Konemusiikissa Lehtinen (2012) kertoo syklien menevän samalla tavalla kuin rock-musiikissa, mutta sillä erotuksella, että variaatioita on huomattavasti enemmän kuin orgaanisessa musiikissa. Konemusiikissa ilmestyvät uudet tyyliuunnat ovat kiinni enemmän siitä, että joku keksii tyyliuunnalle uuden kiinnostavan nimen. Tämä liittyy myös rock-musiikkiin. Esimerkkinä Lehtinen (2012) nostaa käsitteen post-rock, jonka yleistyvän termin kautta syntyy uusi skene joka alkaa kiinnostaa ihmisiä ja musiikin tekijöitä ja pikkuhiljaa koko juttu siirtyy näin laajempaan tietoisuuteen.

Väntänen (2012) mainitsee asioiden muuttuneen genrejen suhteen tänäpäivänä siten, että ennen oli isompia muotiaaltoja jotka vaikuttivat suuriin ihmismääriin kuten 90-luvun alussa ollut grunge-aalto sekä 2000-luvun alussa ollut White Stripes tyyllisen rockin muotiaalto. Nykyään genret ovat paljon pirstaloituneempia kuin ennen. Tämä näkyy selvästi yleisömäärissä keikoilla kun kuulijoita ei ole niin paljon per genre. Ihmiset pysyvät oman genren ja tyyliuuntauksen musiikissa eivätkä käy oman mukavuus alueensa ulkopuolisilla keikoilla.

Väntänen (2012) mainitsee myös niin sanotun ”hyvän yleisömäärän” -käsitteen muuttuneen viimeisen puolivuosisikymmenen aikana. Jos tänä päivänä jonkun pienempien bändien keikoille tulee 100 ihmistä niin se on jo hyvä määrä yleisöä. Aikaisemmin saman kokoiset yhtyeet keräsivät 250 – 300 ihmistä keikoilleen. Tämä johtuu myös siitä miten paljon bändejä on nykyään eikä yleisöä riitä kaikille. Toisaalta ne bändit joiden keikoilla ennen kävi 250-300 ihmistä, soittivat

keikkoja paljon harvemmin. Nykyään samoilla bändeillä keikkoja on useampia vuodessa.

Arvas (2012) toteaa ilmiöiden nurjista puolista sen, että jos joku levy-yhtiö onnistuu kiinnittämään itselleen yhtyeen joka on taloudellisesta näkökulmasta merkittävä ja jollaista ei sillä hetkellä muuten ole markkinoilla, haluavat kaikki muutkin levy-yhtiöt löytää itselleen vastaavan genren edustajia oman rahasammon löytämisen toivossa. Esimerkkinä Arvas (2012) mainitsee tamperelaisen Uniklubin jonka menestymisen myötä kaikki levy-yhtiöt halusivat löytää oman Uniklubinsa.

Turkulaisena esimerkkinä löytyy Rendez Vous -yhtye, josta Warner povasi uutta Uniklubia. Levy-yhtiö päätti pienillä panostuksilla yhtyeen markkinointiin kokeilla josko yhtyeestä tulisi suosittu. Näin ei käynyt ja solmittu levytyssopimus oli hidasteena Rendez Vousin omatoimisellekin urakehitykselle, sillä yhtye oli nimellisesti Warner-yhtiöllä vielä eikä voinut pariin vuoteen tehdä mitään. Vastaavanlaiset sopimukset ovat olleet monelle uudelle yhtyeelle hidaste urakehityksessään. (Karhumaa 2000, 79.)

Nirvana-yhtyeen ja grunge-ilmiön vaikutus näkyi hyvinkin pitkään. Kotimaisella kentällä vaikuttaa myös vuosiksi eteenpäin jos joku suomalainen yhtye menestyy hyvin ja ne on juurikin enemmän nuorten keskuudessa niitä kotimaisia bändejä joita seurataan ja joilta otetaan vaikutteita. Arvas (2012)

3.2 Keikkapaikkojen määrä ja monipuolisuus vaikuttavana tekijänä keikoilla käymiseen

Kaikki haastateltavat ovat yhtä mieltä siitä, että keikkapaikkojen monimuotoisuus ja runsaus olisi hyväksi Turun elävän musiikin kulttuurille ja vaihtuvan tarjonnan myötä kannustaisi ihmisiä käymään enemmän keikoilla. Opinnäytetyön laatimisen hetkellä Turussa on aktiivisia rock-klubeja vain muutama: Turun Klubi, Dynamo ja pari pienempää paikkaa jotka eivät puitteiltaan täysin sovellu rock-keikkojen järjestämiseen, mutta tarjoavat elävää musiikkia aavistuksen riisutummassa muodossa kuten Bar Kuka. Yhtämielisiä haastateltavat olivat myös

sen tiimoilta, että Turku on rajallisen kokoinen kaupunki jolloin keikkapaikkojen raja tulee jossain vaiheessa tietenkin vastaan.

Isommille keikoille tilanne on Turussa tällä hetkellä tilojen puolesta hyvä Logomon, Caribbean ja Turun Klubin myötä, mutta haastateltavat ovat yksimielisiä siitä, että edesmenneen TVO:n noin 100 asiakaspaikan kokoinen rock-klubi puuttuu Turusta tällä hetkellä. Lehtinen (2012) perustelee TVO:n kaltaisen ja kokoisen rock-klubin olevan elävän musiikin kannalta erittäin tärkeä siksi, että matkailan järjestämiskynnyksen takia mielenkiintoiset bändit pääsisivät soittamaan sinne. Paikka on sopivan kokoinen sillä marginaalista musiikkia soittavat yhtyeet eivät monessa paikassa ole taloudellisesti kannattavaa tehdä, sillä yhtyeet eivät tuo tarpeeksi yleisöä.

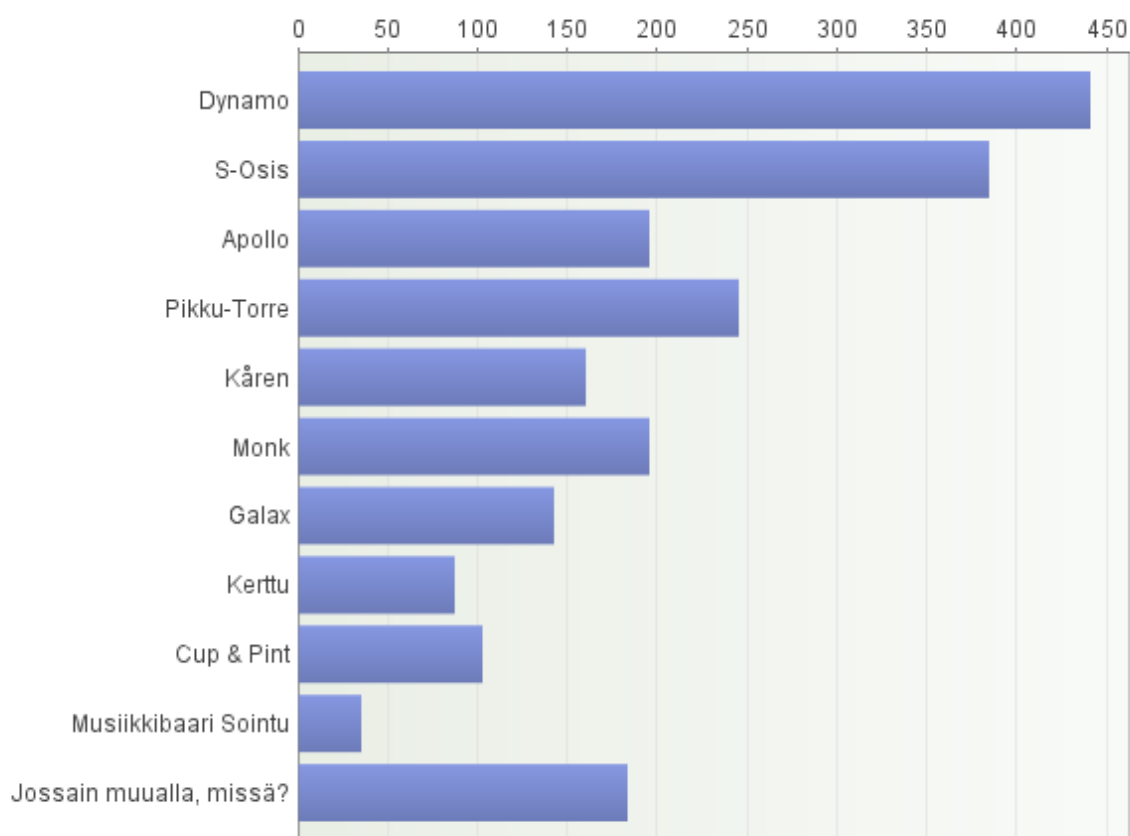
Arvas ja Helenius (2012) painottavat vähäisten, tai äärimmäisessä tapauksessa yhden keikkapaikan johtavan tilanteeseen, jossa ei uskalleta ottaa minkäänlaisia riskejä, vaan ohjelman kanssa pelataan varman päälle, eikä uskalleta ottaa riskejä esiintyjien suhteen. Tällöin esiintymässä on vain suurempia ja niin sanottuja varmoja nimiä. Arvas (2012) on myös sitä mieltä, että mikäli keikkapaikat ovat liian samanlaisia, johtaa se ennemmin tai myöhemmin siihen, että samat isot nimet kiertävät muutaman kuukauden välein samat paikat. Arvas (2012) havainnoi seuraavaa:

”Nyt jo havaittavissa, että samat isot bändit tekevät suhteellisen lyhyellä aikajänteellä keikkoja Kaarinan Old Texasissa, Koomassa sekä Turun Klubilla. Toisaalta tämän voisi nähdä olevan myös keikkapaikkojen omistajien vastuulla, että neuvottelevat esiintyjien ohjelmamyyjien kanssa ettei sama bändi soita kuukauden välein Turun seudulla, jolloin se tappaa yleisön kiinnostuksen bändeihin sekä keikkapaikkoihin”. (Arvas 2012.)

Helenius (2012) kertoo keikkapaikkojen runsauden merkityksestä keikkajärjestäjän näkökulmasta perusteluin, joiden mukaan Turkuun sopisi parhaiten neljä tai viisi erilaista paikkaa jotka järjestäisivät kaikenlaista ohjelmaa ja eivät välttämättä profiloituisi tiettyyn musiikkigenreen kuten Pikku-Torre, jossa elävä musiikki on suurimmaksi osaksi reggaeta ja rap-musiikkia. Paikoissa pitäisi Heleniuksen olla asiansa osaava henkilö joka hoitaa keikkapaikan ohjelmavaraukset, ymmärtää käytännön asioiden suhteen sekä ymmärtää budjettien päälle ta-pauskohtaisesti. Alkoholimyynti ei myöskään saa olla se tärkein asia jolloin

bändi laitetaan aloittamaan kello kaksi yöllä jotta asiakkaat pysyvät keikkapaikassa mahdollisimman kauan ja ostavat alkoholia. Ei ole palkitsevaa bändille esiintyä juopuneelle yleisölle jota ennen on joutunut istumaan takahuoneessa monta tuntia keikkaa odotellen. Helenius (2012.)

Kun on useampi paikka josta valita, on keikkajärjestäjän helpompi valita järjestämälleen illalle tilan arvioidun yleisömäärän mukaan. Jos tietää, että yhtye tuo 150 asiakasta, ei ohjelmaa kannata viedä 500 asiakaspaikan tilaan. Tilavuokrat määritellään usein asiakaspaikkojen mukaan ja tilan vuokraaja odottaa, että tila tulee mahdollisimman täyteen asiakkaista. Isot tilat puolityhjillään eivät myöskään edesauta hyvän elävän musiikin kokemuksen saavuttamista. Jos kaupungissa on vain yksi keikkapaikka jossa on 500 asiakaspaikkaa, niin on sanomattakin selvää, että pienempiä bändejä tullaan näkemään harvoin.



KUVA 1. "Missä muissa ravintoloissa tai klubeissa käyt kuuntelemassa elävää musiikkia Turussa?" Turun Klubin asiakaskysely 2012. Vastaajia 860. (Trygg & Pänkäläinen 2012.)

Helenius (2012) kertoo asiasta myös asiakkaan näkökulmasta, jolloin on hyvä mikäli keikkapaikka on profiloitunut tietynlaiseen elävän musiikin tyyliisuuntaan. Jos keikkapaikka profiloituu tietynlaisen elävän musiikin tarjoamiseen tai tyyliisuunnan edustamiseen muodostuu kyseiselle paikalla niin sanottu kanta-asiakaskunta, eli tietty kohderyhmä viihtyy keikkapaikassa ja tulevat paikalle vaikka eivät tietäisikään tulevasta ohjelmasta mitään. Edesmennyt Down Town oli keikkapaikka joka oli profiloitunut yhteen tyyliisuuntaan, rock-musiikkiin ja se saavutti vankan asiakaskunnan jolloin asiakkaat tulivat paikalle vaikka eivät tienneetkään illan esiintyjistä mitään. Asiakkaat jäivät myös keikkojen jälkeen viettämään aikaa muuten vain omakseen kokemaansa keikkapaikkaan. Jos keikkapaikassa on ohjelmaa viikon sisällä eri kohderyhmille, on yhteisöllisyys tiettyjen genrejen sisällä vaikea saavuttaa tai jo saavutettua yhteisöllisyyttä on vaikea ylläpitää. Tällöin keikkapaikasta tulee paikka johon mennään vähän ennen keikkaa ja lähdetään keikan jälkeen pois. (Helenius 2012).

Arvas (2012) mainitsee keikkapaikkojen sijainnin yhtä tärkeäksi kuin niiden olemassaolon. Jos ravintola sijaitsee korttelin väärällä puolella, voi se vaikuttaa erittäin suuresti sen taloudelliseen tilanteeseen.

Tärkeää on, että järjestettävä ohjelma sopii järjestettävään paikkaan. Arvas (2012) kertoo esimerkistä Turun keskustassa kauppatorin vieressä sijaitsevasta tilasta joka on ollut muun muassa nimien The Club, Berlin sekä East/west alla. Yökerhotiloissa yritettiin järjestää metallibändien keikkoja kun ravintolassa kävi vaisusti asiakkaita. Koska tila ei soveltunut metallikeikoille äänentoiston eikä ruotsinlaivamaisen olemuksensa puolesta, johti tilanne siihen ettei ravintolassa käynyt enää edes jäljellä olleet vähäiset yökerhoasiakkaat. Mikäli ravintola ottaa kokemattomuuttaan suuria nimiä esiintymään eikä yleisö löydä keikoille tilan sopimattomuuden takia, tekee ravintola nopeasti yhdestäkin epäonnistuneesta illasta niin suuret tappiot, että ravintolatoiminta on pakko lopettaa nopeastikin.

”Monesti kuvitellaan, että kun ei enää mikään auta, niin vedetään bändi lavalle niin sitten tulee asiakkaita. Fakta kuitenkin on, että jos bändi on väärässä paikassa niin se kyllä karkoittaa yleisön enemmän kuin tuo sitä”. (Arvas 2012).

Tapahtumapaikan merkityksestä puhuttaessa Nurminen (2012) kokee erittäin tärkeäksi, että tilan tulee olla mahdollisimman keskeisellä paikalla. Tapahtuma-

paikka ei saa olla sellaisissa tiloissa jotka saavat yleisön epäröimään lähtöpäätöstään. Turussa on esimerkiksi helpompaa suurelle yleisölle saapua aivan keskustassa sijaitsevalle Turun Klubille kuin esimerkiksi kaupungin laidalla Turun yliopistolla sijaitseviin tiloihin, joissa edesmenneet S-osis ja TVO vaikuttivat.

Esimerkkinä tapahtumapaikan keskeisyydestä Nurminen (2012) mainitsee vuoden 2002 Indie-iltamien historiassa joka oli poikkeuksellisen huono juuri uuden tapahtumapaikan vuoksi. Indie-illamat oli perinteisesti järjestetty joka vuosi vierekkäin sijaitsevien S-osiksen ja TVO:n tiloissa, mutta kyseisenä vuonna nämä tilat eivät olleetkaan käytössä ja Indie-illamat jouduttiin järjestämään Turun Ylioppilasteatterin tiloissa. Uuden tilan myötä sisäfestivaali keräsi ennätyksellisen vähän yleisöä. Mikäli paikka ei ole ennalta tuttu ja siellä järjestetään kertaluontoisesti elävän musiikin tapahtuma, yleisö ei niin sanotusti löydä paikalle.

Nurminen (2012) kertoo 90-luvun olleen yhtä voittokulkua Indie-iltamien järjestämisessä. Yleisöä riitti ja mielenkiintoisia bändejä oli helppo saada esiintyjiksi Indie-iltamiin. 2000-luvun vaihteessa esiintyjien valitseminen Indie-iltamien ohjelmiin alkoi käymään haasteellisemmaksi. Mielenkiintoisia esiintyjiä hyvän ohjelmakokonaisuuden luomiseksi oli vaikeampi löytää. Vaikka hyvän ohjelmakokonaisuuden kasaaminen muuttuikin haasteellisemmaksi, on Nurmisen mukaan joka vuosi löytynyt oikeanlaiset ja mielenkiintoiset esiintyjät. Muutamia isoimpia mainittaessa esillä nousevat kotimaiset Disco Ensemble, Lapko sekä suomeksi laulettu metalli kuten Mokoma.

Poikkeuksena Nurminen (2012) nostaa esiin vuoden 2006 Indie-iltamien lauantapäivän, jolloin ohjelma koostui kolmesta täysin erilaisesta yhtyeestä. Kyseinen päivä on toistaiseksi hiljaisin päivä Indie-iltamien historiassa. Ohjelma koostui metallimusiikin äärimmäisintä laitaa edustavasta grindcore yhtyeestä Rotten Sound, taide- ja vaihtoehtorockpiirejä puoleensa vetävästä Sydän, Sydäimestä sekä paikallisesta hip hop-triosta nimeltä Ronskibiitti. Toisilleen täysin vieraat genret sulkivat toisiaan pois ja aiheuttivat paikalle saapuneessakin yleisössä hämmennystä vaikka tapahtumajärjestäjän näkökulmasta voisi ajatellakin, että näinkin erilaiset ja toisistaan poikkeavat yhtyeet toisivat paljon yleisöä kun eri genret kokoontuvat samaan tilaan katsomaan omaa yhtyettään. Näin ei kuitenkaan ollut ja ohjelman diversiteettisyys kääntyi itseään vastaan

Tästä voi Nurmisen (2012) mukaan tehdä suorat johtopäätökset elävän musiikin merkityksestä myös sosiaalisena tapahtumana sekä yhteenkuuluvuuden ja me-
hengen merkityksestä osana elävän musiikin kokemusta.

3.3 Elävän musiikin kuuntelu sosiaalisena tapahtumana

Elävällä musiikilla on aina tietynlainen vaikutus myös sosiaalisena ilmiönä. Mil-
laista yleisöä tulee milloinkin kyseessä oleville keikoille ja millaisia sidosryhmiä
yleisö muodostaa keskenään. Nurminen (2012) näkee asioiden muuttuneen ko-
vasti sosiaalisen ilmiön näkökulmasta. Aikaisemmin erilaisten yhtyeiden keikat
olivat erilaisille yleisöille melkein kuin perhejuhla tai kokoontuminen. Keikoille
kerääntyi eimerkiksi 300 henkeä jolloin oli todella vahva yhteishenki sekä vallit-
seva ”meidän bileet” -tunnelma. Nykyään ei tule enää samanlaista yhteenkuulu-
vuuden tunnetta koska hajontaa on ohjelmatarjonnan suhteen niin paljon. Hele-
nius (2012) sanoo ryhmähengen olevan kyllä olemassa tänäkin päivänä, mutta
hengen ylläpitäjiä on vähemmän.

Edesmenneestä vahvemman yhteenkuuluvuuden ajanjaksosta nousi viitteitä
Turun Klubilla 19. marraskuuta 2011. Kyseessä oli osana Turku 2011 Euroopan
kulttuuripääkaupunki -teemavuotta järjestetty Xysma-yhtyeen keikka. Kari Sal-
minen (2011) kirjoitti Turun Sanomissa 21.11.2011 miten 90-luvun lopussa ak-
tiivisen uransa lopettaneen Naantalista lähtöisin olevan yhtyeen loppuunmyydyl-
lä keikalla oli vahvaa perhetapaamisen tunnelmaa. Salminen tekee artikkelis-
saan selvää pesäeroa Xysman ja tämän päivän rock-yhtyeiden välille kirjoitta-
essaan, että Xysman musiikilla on kuunteluarvoa eikä vain rintanappiominai-
suuksia, eikä yhtyeen kulttiarvoisella vaihtoehtoisuudella ole juurikaan tekemis-
tä tälle päivälle ominaisen kaavamaisen rock-musiikin kanssa.

Helenius (2012) mainitsee, että keikoilta on jäänyt nykyään kokonaan pois niin
sanottu hengailuporukka. Esimerkkinä tästä hän mainitsee jos jossain kylässä
on kerran puolella vuodessa joku keikka, niin paikalle tulee esiintyjästä tietä-
vän yleisön lisäksi ihmisiä jotka saapuvat sen takia, että paikalle on menossa
kavereita tai aihepiiri saattaa olla lähellä omaa kiinnostuksen kohdetta.

Arvas ja Helenius (2012) ovat molemmat yhtämielisiä siitä, että ennen keikoilla käydessä tiesi näkevänsä tietynlaisia ihmisiä ja tuttuja naamoja. Arvas sanoo keikoilla käyneen aikaisemmin vain niin sanottua rock-jengiä ja yleisön olleen yhtenäisempää. Nykyään keikoilla käynti on levinnyt laajemmalti niin sanottuna tapakäyttäytymisenä laajemmille ihmisryhmille ja keikoilla käy myös pankkivirkailijat ja lakimiehetkin. Keikkapaikoille ei enää myöskään mennä viihtymään ja näkemään samanhenkisiä ihmisiä vaan keikkapaikalla olo rajoittuu hyvin tarkasti keikan mukaan. Keikan päätyttyä lähdetään kotiin tai vaihdetaan ravintolaa. Esimerkkinä Arvas nostaa Down Town ravintolan jossa asiakkaat viihtyivät myös ennen ja jälkeen keikkojen, sillä paikka oli profiloitunut vahvasti rock-musiikkiin jolloin asiakaskunta tiesi paikalla olevan aina myös muita samanhenkisiä ihmisiä.

Opinnäytetyön tekemisen loppuvaiheilla uutisoitiin Lahdessa sijaitsevan vuonna 1966 perustetun elävää musiikkia tarjoilevan Torvi-ravintolan olevan myynnissä. Oskari Onnisen 16.2.2013 Etelä-Suomen Sanomiin kirjoittamassa artikkelissa haastateltiin Torvessa 80-luvulta asti ohjelmapäällikkönä toiminutta Jarttu Mustosta, joka toteaa ravintolassa ennen käyneen väen vähentyneen paljon viimeistään sosiaalisten medioiden myötä. Ihmiset eivät tarvitse enää kohtaustaikaa jossa kohdataan tuttuja ja ravintolan ainut kiireinen päivä on nykyään lauantai. Keikkapaikoilla viihtymisen vähentyminen on havaittavissa siis myös muuallakin Suomessa.

4 MUUTOKSET ELÄVÄN MUSIIKIN TALOUDESSA

Haastateltavista Lehtinen (2012) ja Arvas (2012) olivat molemmat samaa mieltä, että tapahtumien ja keikkojen järjestäminen on arkipäiväistynyt 90-luvulta tähän päivään nähden huomattavasti. Lehtinen (2012) kertoo, että nykyään keikkajärjestäjiä on huomattavasti enemmän ja tarjonnan variaatio on lisääntynyt valtavasti, sillä aikaisemmin tapahtumien järjestäminen oli paljon harvempien käsissä. Tapahtumajärjestämistä on ollut vireillä kyllä aina, mutta kyseessä on ollut enemmänkin ruohonjuuritasotoiminnasta ja pienempien piirien jutusta. Ihmisten mielestä tapahtumajärjestämiseen liittyi ehkä jopa jotain mystistä. Yleisesti ihmisten muuttuneen asenteen elävästä musiikista Lehtinen (2012) tiivistää seuraavanlaisesti:

”Enää elävää musiikkia ei pidetä välttämättömänä pahana niin kuin siihen aikaan saatettiin nähdä. Silloin saatto enemmän olla valloillaan mentaliteetti, että kunhan nyt on jotain live-ohjelmaa ja se on vain ohjelmatäyte.” (Lehtinen 2012)

Arvas (2012) puolestaan kertoo arkipäiväistymisestä alaikäisille järjestettävien tapahtumien näkökulmasta. Alaikäisille järjestettävät tapahtumat ovat oma lunksa, sillä näissä keikoissa ei ole rahaliikennettä samalla tavalla kuin tapahtumissa joissa on anniskelua. Tästä johtuen monet ikärajattomat tapahtumat toteutetaan talkoohengessä, eli tekijöille ei makseta erillistä palkkiota. 90-luvulta tähän päivään tultaessa on jatkuvasti haastavampaa saada talkootyövoimaa, jotta alaikäisten tapahtumia saadaan toteutettua. Aikaisemmin ihmiset olivat paljon kiinnostuneempia osallistumaan tapahtumiin ja koko tapahtumajärjestämiskulttuuri tuntui olevan järjestämiseen osallistuvien ihmisten näkökulmasta mielenkiintoisempaa. Tapahtumien tarjonta on myös lisääntynyt toisaalta paljon, eli nykyään tarvittaisiin suhteessa enemmän talkoohenkilökuntaa kuin aikaisemmin. (Arvas 2012).

Tapahtumien lisääntymisen ja arkipäiväistymisen myötä myös bändien käsitys keikkailusta ja keikkailutahdista on muuttunut. Nurminen (2012) sanoo, että bändejä tulee jatkuvasti lisää ja varsinkin uusilla bändeillä on aikaisempaan nähden keikkailusta varsin erilainen kuva. Koska tapahtumia ja tapahtumajärjestäjiä on nykyään niin paljon, on bändeille syntynyt illuusio, että keikkoja pitäi-

si tehdä koko ajan ja niitä pitäisi olla kokoajan tulossa lisää. 90-luvulla oli vähemmän keikkoja, mutta oli myös vähemmän bändejä. Normikäytäntönä oli, että yhtyeellä oli keikkoja (Turussa) kerran tai kaksi vuodessa. Tämä käytäntö koski oikeastaan kaiken kokoisia yhtyeitä. **(mt.)** Vántänen (2012) näkee asian samanlaisena yleisön näkökulmasta ja mainitsee, että 90-luvun puolessa välissä pienempien bändien oli helpompi saada keikkoja, sillä yleinen keikkailutahti bändien keskuudessa oli paljon väljempi, joten keikkakalentereissa oli enemmän tilaa.

Alakulttuurien näkökulmasta asiat ovat muuttuneet paljonkin kertoo Jussi Helenius (2012), joka on järjestänyt 90-luvun alusta metallimusiikin eri alagenrejen keikkoja Turussa. Helenius kertoo oman organisoidun järjestämisen saaneen alkunsa selkeästi tarpeesta järjestää metallimusiikin tapahtumia, koska muita järjestäjiä Turussa ei ollut. Metall- ja punk-musiikkiin on liittynytkin aina vahvasti tee-se-itse, eli DIY ajatusmaailma joka tarkoittaa sitä, että asiat tehdään hyvin pitkälti omatoimisesti. (Virtanen, Valtteri 2011. 8.) Metallimusiikin tapahtumille soveltuvia paikkoja löytyi Turusta aluksi todella huonosti ja korvaavana toimenpiteenä Helenius järjesti välillä muun muassa Cafe Noir nimisessä kahvilassa metallimusiikkista koostuvia dj-iltoja. Tapahtumia järjestettiin välillä nuorisokeskus Palatsissa, mutta tila osoittautui hankalaksi koska anniskeluoikeuksia ei luonnollisestikaan ollut, jolloin täysi-ikäinen yleisö kävi koko ajan läheisessä anniskeluravintolassa nauttimassa alkoholia. Keikkoja kuitenkin onnistuttiin järjestämään noin kymmenen vuotta kerran kuukaudessa. Paikkoina toimivat muun muassa Auran Panimo, TVO ja Kåren. **(mt.)**

Alakulttuurien tapahtumien vähäisen järjestämismahdollisuuden vuoksi Helenius (2012) mainitsee yrityksen kompensoida tilanetta järjestämällä Kårenilla kolmen päivän tapahtuman jossa esiintyi yhteensä noin 30 yhtyettä. Tämän kaltaiset tapahtumat todettiin kuitenkin ”järjettömiksi” järjestää.

Isompien alakulttuuria edustavien yhtyeiden keikkojen järjestäminen mahdollistui kun Helenius sai vakuutettua silloisen Humalistonkadulla sijaitsevan Säättämön (nykyinen Turun Klubi) promoottorin Jussi Lehtisen siitä, että nimekkäämmät metalliyhtyeet tuovat paljon yleisöä. Näin metallimusiikin kuulijat saivat haluavansa yhtyeen ja yhtyeet löysivät yleisönsä. (Helenius 2012.)

4.1 Taloudellisten riskien muutos

Taloudellisten riskien muutoksesta kysyttäessä kaikki haastateltavat toteavat muutoksen olevan havaittavissa selvästi. Lehtinen (2012) kertoo, että bändejä on nykyään paljon enemmän kuin aikaisemmin. Ensin ei ollut tarjontaa yhtä paljon kuin oli kysyntää. Nykyään asia on kääntynyt pääläelleen, eli tarjontaa on enemmän kuin kysyntää ja tämä tilanne synnyttää kilpailun keikkasloteista eli keikkapäivistä. Helenius (2012) täsmentää, että bändien ylitarjontaan liittyy perus markkinatalouslaki. Suuren tarjonnan myötä kysyntä on laskenut. Jos seitsemän vuotta sitten keikalle tuli 150 ihmistä, tarkoittaa se tänä päivänä suhteessa 100 ihmistä.

Pienien bändien kannalta tilanne ei ole kovin edullinen, sillä paikkansa vakiinnuttaneilla rock-klubeilla on asema valita ketä ottavat soittamaan ja monesti bändit tarjoavat keikkaa pelkillä matkakorvauksilla. Järjestäjän näkökulmasta tämä on toisaalta hyvä asia, sillä jokin pienempi tai tuntemattomampi yhtye voi tuoda illalle taiteellista lisäarvoa esimerkiksi lämmittelyaktina jollekin nimekkäälle bändille, vaikka se ei esiintymisellään tuokaan taloudellisesta lisäarvoa. Se, että bändejä, etenkin hyviä bändejä, on nykyään niin paljon, mahdollistaa tämän tilanteen sanoo Lehtinen (2012.)

Nurminen (2012) näkee asioiden olevan tänäpäivänä myös tapahtumajärjestäjän näkökulmasta epäedullisempia. Keikkajärjestäjiä on paljon, kuten yhtyeitäkin, mutta tällä hetkellä aktiivisia rock-klubeja ja keikkapaikkoja on suhteellisen vähän. Rock-klubit voivat määrittää tilavuokransa lähestulkoon monopoliasemansa myötä melko korkeiksi. Tämä tiputtaa pois tapahtumajärjestäjät (ja bändit jotka järjestävät itse keikkansa) joilla ei ole riskinottoa kykyä jos aloituskustannukset ovat liian suuret.

”Kun tiloja on vähän, ei paikkojen kesken ei synny kilpailua, että ne haluaisivat järjestettävän elävää musiikkia matalillakin aloituskustannuksilla, kuten kohtuullisilla tilavuokrilla tai pelkästään lippuriskillä.” (Nurminen 2012.)

Esimerkkinä matalankynnyksen keikkapaikkana tapahtumajärjestäjän näkökulmasta Nurminen (2012) mainitsee keuhäällä 2011 toimintansa lopettaneen Turun yliopistolla sijaitsevan Varsinais-Suomalaisen Osakunnan ylläpitämän keikkapaikan TVO:n. Aloituskustannukset (tilavuokra sekä äänimiehen palkka) olivat

kohtuulliset jolloin kynnys lähteä järjestämään tapahtumaa oli paljon pienempi. TVO:lla oli myös käytössä niin sanottu juomaraja-käytäntö, joka tarkoittaa sitä, että jos järjestäjä saa tapahtumaansa tarpeeksi asiakkaita jotka ostavat juotavaa yhteensä illan aikana tietyn summan edestä, ei tällöin kyseiseltä illalta peritä tilavuokraa. Käytäntö on edullinen niin tapahtuman järjestäjän kuin rockklubinkin kannalta: järjestäjä hoitaa tapahtumansa markkinoinnin huolella jotta yleisöä tulisi mahdollisimman paljon ja keikkapaikka saa illalta hyvän myynnin.

Lehtinen (2012) kertoo keikkojen järjestämisen ja elävän musiikin suosion klubeilla menevän koko ajan arvaamattomammaksi sillä syklit kiihtyvät koko ajan. 90-luvulla yleisö löysi uusien yhtyeiden keikoille debyyttialbumien julkaisujen jälkeen, eli sen jälkeen kun yhtyeet olivat keskittyneen kuuntelukokemuksen kautta tulleet tutuiksi. Yhtyeiden yleisöt tulivat keikoille vielä toisen ja kolmannenkin albumin julkaisun jälkeen. Tilanne on tähän päivään tultaessa muuttunut internetin myötä todella paljon.

”Monen bändin kohdalla tilanne on se, että hype on kovimmillaan netissä ennen kuin ensimmäinen levy on edes ilmestynyt ja yleisöä tulee keikalle todella paljon. Sitten kun eka levy julkaistaan ja on levynjulkarikeikka, saattaa olla, että vain puolet yleisöstä aiempaan keikkaan verrattuna on tullut keikalle jolloin mitään vielä ei ollut ilmestynyt, tai korkeintaan joku single. Toisen albumin jälkeen jengi voi olla totaalisen kyllästynyt. Tämä liittyy siihen, että bändi on nykyään todella paljon ja asia on muuttunut myös internetin myötä”. (Lehtinen 2012.)

Helenius (2012) sekä Arvas (2012) toteavat taloudellisten riskien muuttuneen myös euroon siirtymisen myötä. Arvas kertoo huomanneensa asian selkeästi järjestäessään Turun Puolalanmäen ilmaiskonsertteja. Pitkään markka-aikana järjestettäessä tuhannella markalla sai esiintymään kohtuullisen nimekkään esiintyjän, mutta eurot muuttivat asian. Karrikoiden voi sanoa, että esiintymispalkkion luvut pysyivät samana, mutta tuhannen markan bändistä tulikin tuhannen euron bändi joten keikkapalkkioiden voi karkeasti sanoa kuusinkertaistuneen. Pääsylippujen hintoja on nostettu ylöspäin, mutta ei samoissa määrin mitä esiintyjien palkkiot ovat nousseet. Kulut ovat nousseet enemmän kuin pääsylippujen hintoja voidaan nostaa. Helenius (2012) toteaa esiintymispalkkioiden nousseen pelkästään jo bensiniin hinnan nousun takia.

4.2 Muutos ohjelmamyyjien suhteen

Aikaisemmin pienemmillä tai uusilla bändeillä ei ollut keikkamyyjiä, vaan kaikki keikat hoidettiin suoraan bändien kanssa ja bändit itse kyselivät keikkapaikoilta ja järjestäjiltä mahdollisia keikkoja. Jos yhtye oli ohjelmatoimistolla oli kyseessä oikeasti jo isompi yhtye joka tarvitsi ammattimaista ohjelmatoimistoa hoitamaan yhtyeen juoksevia asioita ja rahaliikennettä. Nurminen (2012.)

”Nykyään ihan aloittelevatkin bändit ovat niin sanotuilla ohjelmatoimistoilla jotka ottavat yhteyttä keikkajärjestäjiin ja paikkoihin. Käytännössä nämä ohjelmatoimistot tai managerit ovat kuitenkin jäsenten kavereita tai tyttöystäviä. Pitkään alalla toimineen keikkajärjestäjän näkökulmasta tämä kuitenkin näyttää siltä, että yhtye on 2000-luvun nettisukupolvea jotka eivät ikinä ole käyneet liimaa massa yhtään julistetta katukuvaan, vaan käyttävät tiedotusvälineinä vain internetin foorumeita tai että yhtye kuvittelee tarvitsevänsä jonkun hoitamaan asioitaan, jolloin realiteetit eivät ole kohdallaan. Yhtä kaikki, tällaisesta toiminnasta ei tule ammattimaista saati uskottavaa kuvaa. Tämä on perusteltavissa jo sillä, ettei nimettömän yhtyeen keikoille ole yleisöryntäyksiä ja tästä johtuen miksi ravintolat maksaisivat merkittäviä keikkapalkkioita?” (Helelius 2012.)

Nurminen (2012) lisää myös asian kääntöpuolen, kun ammattimaiset ohjelmatoimistot ovat tänäpäivänä huomanneet miten paljon uudet ja pienemmät yhtyeet saavat itse hoidettua keikkoja itselleen. Ohjelmatoimistot alkavat signata eli kiinnittää omaan yritykseensä uusia yhtyeitä jo yhtyeiden uran aivan alkuvaiheilla olettaen, että saavat itse myytyä bändeille keikkoja yhtä paljon. Keikkamyyjät ottavat oman prosentuaalisen osuutensa sovituista keikkapalkkioista, joten keikkamyyjä haluaa sopia myymälleen yhtyeelle mahdollisimman suuren keikkapalkkion. Bändien jatkuvuus on tällaisissa tilanteissa vaakalaudalla, sillä kun uudella ja nimettömällä bändillä on ohjelmatoimiston palkkiot, ei keikkapaikkojen ole taloudellisesti järkevää ottaa yhtyettä keikalle.

Nurminen (2012) kertoo keikkamyyjien tekevän hallaa tällä toimintamallilla myös koko elävän musiikin kentälle. Hyvällä myyntipuheella keikkamyyjä voi onnistua myymään esimerkiksi syrjäisemmällä seudulla sijaitsevalle ravintolalle tai pienemmälle keikkapaikalle kovalla takuusummalla jonkun yhtyeen keikan. Yhtye soittaa keikan, mutta ei tuo yleisöä läheskään niin paljon kuin ravintola on odot-

tanut tai saanut ymmärtää keikkamyynnin myyntipuheesta. Koska keikka ei ollut taloudellisesti kannattava saati riittävä edes kattamaan ohjelmasta ravintolalle aiheutuvia kuluja, ei ravintola tai keikkapaikka tilaa enää helposti, saati lainlainkaan, elävää musiikkia tiloihinsa.

Arvas (2012) mainitsee uudesta 360:n asteen toimintamallista, jossa levy-yhtiöt hoitavat myös yhtyeidensä keikkamyynnin. Tällöin kaikki tulot kertyvät samaan firmaan. Toimintamalli on fiksu, sillä levymyynnit ovat laskeneet ja kuitenkin levymyyntiin käytetyt markkinoinnin ja tiedottamisen resurssit tukevat auttamatta artistin näkyvyyttä myös keikkarintamalla. (Musiikkituottajat 2011)

4.3 Pääsyliput

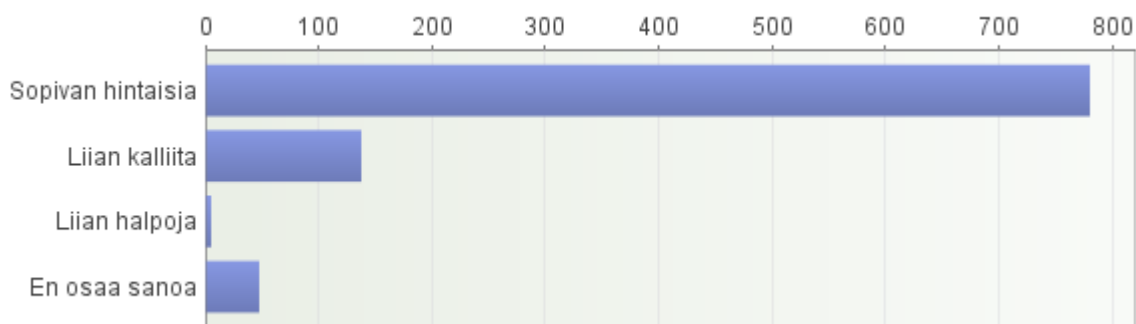
Yökerhot vetävät asiakkaita aina ja ihmiset ovat valmiita maksaamaan pelkästä sisäänpääsymaksusta useita euroja. Monesti sisäänpääsymaksu ei sisällä minikäänlaista ohjelmaa eivätkä ihmiset koe sisäänpääsymaksua harmilliseksi. Elävän musiikin saralla sisäänpääsymaksujen kohdalla törmää kuitenkin usein jonkin asteiseen vastareaktioon verrattuna yökerhojen sisäänpääsymaksuihin. Nurminen (2012) uskoo tämän johtuvan siitä, että yökerhot vetoavat suureen yleisöön joka ei ole kovinkaan tiedostavaa. Yökerhojen asiakkaat eivät eivät välttämättä ole edes tietoisia elävän musiikin vaihtoehdosta eivätkä halua luopua omasta turvallisesta ympäristöstään.

Suuri osa ihmisistä eivät kuuntele musiikkia sillä tavoin kuin keikoilla käyvät ihmiset kuuntelevat. Vántänen (2012) näkee yökerhojen ja elävää musiikkia tarjoavat tilat erilaisina jo lähtökohdiltaan. Yökerhoissa käyminen sosiaalisena tapahtumana on myös sinällään erilaista, sillä sinne mennään tapaamaan muita ihmisiä ja nauttimaan alkoholia. Musiikki on yökerhoissa vain lähinnä rytmiä taustalla eikä mitenkään suuressa osassa yökerhokokemusta. Elävän musiikin tilanteissa eli keikoilla bändi on selkeästi pääosassa.

Nurminen (2012) vertaa elävän musiikin tiedostavaa kohderyhmää urheilusta kiinnostuneeseen kohderyhmään. Ne jotka seuraavat urheilua ovat tietoisia esimerkiksi tulevista urheilutapahtumista. Ne jotka eivät ole kiinnostuneita urhei-

lusta eivät ole esimerkiksi lainkaan tietoisia siitä mitä kisoja on tulossa eivät-
kä myöskään ole kiinnostuneita seuraamaan niitä. Väliin mahtuu tottakai sellai-
siakin ryhmiä jotka ovat kiinnostuneita jostain tietyistä urheilun osa-alueista tai
seuraavat urheilua satunnaisesti, mutta aivan kuin elävänkin musiikin parissa,
niitä jotka eivät ole urheilusta lainkaan kiinnostuneita ei myöskään saa siitä kiin-
nostumaan.

Arvas (2012) pitää hyvänä linjauksena sitä, että aina kun on elävää musiikkia
niin ihmiset tottuvat siihen, että elävästä musiikista tulisi maksaa jotain. Varsin-
kin ikäraajattomilla keikoilla joissa käy nuoria tämä olisi tärkeää, sillä nykynuoret
tottuvat jatkuvissa määrin kuluttamaan musiikkia ilmaiseksi. Arvas toteaa, ettei
nuorisokeskus Vimman kuuden vuoden aikana laatimissa asiakastutkimuksissa
ole kertaakaan tullut esille tyytymättömyyttä siitä, että Vimmassa pidettävistä
keikoista pyydetään sisäänpääsymaksu tai että keikat siellä olisivat liian kalliita.
Arvas on myös sitä mieltä, että koska yökerhoihin maksetaan monta euroa pel-
kästään sisäänpääsymaksusta niin ei voi vedota siihen, että olisi kohtuutonta
pyytää elävästä musiikista sisäänpääsymaksua. Pidemmän aikaa keikoilla käy-
neen yleisön parissa tähän on opittu ja pääsymaksut on otettu osaksi elävän
musiikin kokemuksesta. Isoillekin keikoille liput menevät loppuun vaikka lippujen
hinnat ovat välillä 60 euron ja yli 100 euron välillä.



KUVA 2. Turun Klubin asiakaskyselyn (2012) tulos Klubin pääsylippujen hin-
noista, vastaajia 969. (Trygg & Pänkäläinen 2012.)

4.4 Muutos musiikin digitalisoitumisen myötä

Musiikin digitalisoitumisen myötä musiikin kuuntelukokemus ja levitys ovat muuttuneet ovat muuttuneet merkittävästi verrattuna aikaan ennen internetiä.

*Digitalisoituminen on irrottanut musiikin fyysisestä alustasta, alen-
tanut musiikin tekemisen kustannuksia ja mahdollistanut uudenlai-
sen jakelun sekä muuttanut niin musiikin arvoa kuin saatavuuttakin.*
(Santala, Handelberg & Kiuru 2012, 19.)

Lehtinen ja Arvas (2012) molemmat ovat sitä mieltä, että musiikin digitalisoitu-
minen on hyvä asia elävän musiikin seuraajille. Elävästä musiikista kiinnostu-
neiden ihmisten on helpompi ottaa selvää millaisia yhtyeitä on tulossa keikalle,
mikäli yhtyettä ei aikaisemmin ole kuullut, mutta tietää sen esimerkiksi edusta-
van sitä genreä josta itse on kiinnostunut. Lehtinen (2012) mainitsee myös tie-
dottamisen olevan keikkajärjestäjän näkökulmasta tänäpäivänä paljon helpom-
paa kuin ennen.

Arvas (2012) puoltaa myös musiikin digitalisoitumisen suomia mahdollisuuksia
ja toteaa kaikkien musiikkiväylien ruokkivan toinen toisiaan. Musiikki tavoittaa
kaikenlaisia ihmisiä tänäpäivänä internetin myötä joten kyllä se myös edesaut-
taa livemusiikin suosiota. Suomessa toimivien äänitetuottajien kattojärjestö Mu-
siikkituottajat raportoi ääniteteollisuuden kasvaneen vuonna 2012 1,2 prosenttia
edelliseen vuoteen verrattuna. Digitaalisten musiikkipalvelujen myynti muodos-
taa raportin mukaan vuonna 2012 27 prosenttia kotimaisen äänitemusiikin ko-
konaismyynnistä. (Musiikkituottajat 2013a)

Arvas (2012) toteaa musiikin kuuntelun olevan paljon helpompaa nykyään, sillä
ennen musiikin digitalisoitumista levyjä sai vain kaupoista tai kavereilta. Nurmi-
nen (2012) kertoo musiikin kuuntelun kokemuksena ja sosiaalisena tapahtuma-
na muuttuneen tähän päivään tullessa oleellisesti verrattuna aikaan ennen in-
ternetiä. Aikaisemmin kun joku osti äänilevyn, sitä keräännyttiin kavereiden
kanssa kuuntelemaan ja odotettiin milloin kyseinen yhtye mahdollisesti tulisi
Turkuun esiintymään. Kyseessä oli paljon sosiaalisempi tapahtuma joka yhdisti
ihmisiä eri tavalla. 90-luvulla ei ollut sosiaalisia medioita tai internetin suomia
musiikinjakelukanavia käytössä jolloin eri bändeistä ja musiikista keskusteltiin

kasvotusten ja mainittiin jostain toisesta samantyylisestä yhtyeestä jollekin jonka tiedettiin olevan kiinnostuneen saman aihepiirin musiikista. Musiikin jakaminen oli konkreettisesti enemmän musiikin kuuntelua ja sosiaalinen tapahtuma verrattuna tähän päivään jolloin kavereille lähetetään sosiaalisissa medioissa jonkun bändin linkki.

Nurminen (2012) mainitsee ulkomusiikillisten tekijöiden olevan nykyiseltään paljon merkittävämmässä asemassa musiikin markkinoinnin kannalta, sillä ihmisillä on mahdollisuus tutustua kaikenlaiseen musiikkiin internetin välityksellä ja hakea sieltä eniten oman näköisensä ja itselle samaistuttavin vaihtoehto. Vielä 90-luvulla tämä tapahtui melkein täysin jonkun suosituksista, tapahtui se sitten kaverin tai kaverin kaverin välityksellä, radio-dj:n, lehti-artikkelin tai television kuten Music Television kautta. Suosituksen lähteen painoarvolla oli suuri merkitys silloin. Nykyään ulkomusiikilliset kriteerit voi tarkistaa helposti internetistä.

Musiikin kuuntelukokemus on muuttunut paljon. Arvas (2012) toteaa musiikin muuttuvan koko aika kertakäyttöisemmäksi helpon kuuntelukokemuksen ja kiertätyksen kautta. Nurminen (2012) mainitsee erotuksena tähän päivään ennen olleen yleistä, että keskityttiin yhteen artistiin kerrallaan. Yhden albumin kuunteluun käytettiin aikaa paljon ja teokset kuunneltiin kokonaisuuksina. Nykyään internetin ja varsinkin Spotifyn myötä musiikinkulutukselle on tavanomaista useiden artistien kuuntelu samanaikaisesti ja erityisesti satunnaisten kappaleiden kuuntelu. Yhteen artistiin ei keskitytä enää samalla tavalla kuin ennen, eikä albumikokonaisuuksille anneta samanlaista painoarvoa kuin taannoin. Nurminen toteaaakin ylitarjontaan törmäävän tallennetussa musiikissa yhtälailla kuin ylitarjontaan elävän musiikin rintamalla.

”Musiikin tarjontaa on keskimääräisesti liikaa, jolloin musiikin kuluttamisesta tulee helpompaa, kertakäyttöisempää ja tätä kautta yhdenenteke väpää kuin aikaisemmin musiikinkuluttamisen historiassa”. (Nurminen 2012.)

Väntänen (2012) toteaa yhtyeiden panostavan nykyään enemmän liveesiintymiseen ja keikkailu on muuttunut varsinkin isommille bändeille tärkeämmäksi, sillä yhtyeet saavat tulonsa nykyään suurimmaksi osaksi keikkailusta. Digitaalisesti tavoitettava musiikki toimii tavallaan käyntikorttina ja eräänlaisena kutsuna keikoille musiikkibusineksen näkökulmasta. Erään tutkimuksen mukaan

se musiikki mitä eniten on kuunneltu internetissä ilmaiseksi, näkyi myös kyseisten yhtyeiden keikkayleisöissä joita oli myös huomattavasti enemmän.

Musiikin digitalisoitumisen myötä myös sen nauhoittaminen ja tallentaminen on muuttunut paljon helpommaksi ja näin ollen kotistudioita ja äänityslaitteistoa löytyy yhä useammilta. Helenius ja Arvas (2012) toteavat tämän myötä tapahtuneen inflaatiota uusien bändien tekemien äänitteiden kohdalla. Helenius sanoo, etteivät bändit puhu enää demoista, vaan nykyään käytetään mieluummin termiä omakustanne. Kaupallisella tasolla tehdyt äänitteet ovat kuitenkin parempi laatuasia kuin kotistudioissa tai itse hankituilla äänityslaitteistoilla tehdyt tallenteet. Helenius toteaa määrän korvannen laadun jo kymmenen vuotta sitten. vaikka soundit olisivatkin kohdallaan on sisältö silti köyhää. Arvas (2012) puolestaan kertoo havainneensa monien bändien nauhoittavan bänditreenejään ja lähettävän näitä nauhoituksia eteenpäin demoina, jolloin laatu ei ole kovinkaan korkeatasoista eikä kiinnostavaa.

Vaikka musiikkia on nykyään helposti saatavilla internetissä, Arvas (2012) toteaa aina kuitenkin olevan olemassa sen asiakaskunnan joka haluaa ostaa levynsä esimerkiksi vinyylinä vaikka musiikkia olisikin helppoa kuunnella internetistä. Vinyyli kädessä kuuntelukokemus on kuitenkin erilainen ja kansitaide antaa lisäarvoa kuuntelukokemukselle.

Helenius (2012) ei näe suoraa järkiyhteyttä musiikin digitalisoitumisen ja levymyynnin laskun välillä eikä tämän vaikutuksesta elävän musiikin suosioon. Jos ihminen on antisosiaalinen tai ei viihdy ulkona, ei tämä silti lähtisi ulos keikoille vaikka vuodessa olisi vain yksi keikka. Ihmiset jotka keräävät internetistä ilmaisia levyjä kovalevyllään eivät myöskään ostaisi kaikkea lataamaansa musiikkia levykaupasta. Helenius mainitsee kyseessä olevan ennemminkin keräilyharrastuksen sellaisten ihmisten keskuudessa jotka kuulevat, mutta eivät kuuntele musiikkia. 90-luvun alussa oli vastaava tilanne jolloin C-kasetille kopioiminen mahdollistui ja erinäiset tahot pelkäsivät tämän vaikuttavan levymyyntiin vaikka näin ei kuitenkaan käynyt.

4.5 Elävän musiikin tulevaisuuden näkymät

Kaikki haastateltavat näkevät elämän musiikin tulevaisuuden elinvoimaisena, vaikka sen suosio tulee jatkamaan aaltomaista liikettään. Lehtinen (2012) ei näe todennäköisenä vaihtoehtona sitä, että ihmiset jäisivät koteihinsa vaikka elävää musiikkia voitaisiinkin nykyteknologialla helposti välittää kotisohvallekin. Lehtinen mainitsee elävän musiikin olevan aina ajankohtaisen asian niille ravintoloille joiden aukioloajat ovat kello neljään aamulla. Saadakseen neljän luvat, on ravintolassa oltava säädösten mukaan tasokasta ohjelmatarjontaa ja tämä pitää omalta osaltaan yllä elävän musiikin järjestämistä ravintoloissa.

Helenius (2012) toivoo jonkun keksivän elävälle musiikille jonkun lisäarvon. Vaikka teknologia mahdollistaa keikkojen streamauksen kotitalouksiin, kokee Helenius tällaisen kehityksen olevan nurinkurista. Mikäli ihmiset tottuvat tällaiseen elävän musiikin kuluttamiseen kokonaan, ei alalla voi olla kovinkaan valoisaa tulevaisuutta. Helenius painottaa laatikon ulkopuolista ajattelutapaa sekä jotain uutta lisäarvoa jonka voi kokea vain ja ainoastaan livetilanteessa keikoilla. Esimerkiksi 3D-tekniikka voisi tuoda keikkakokemukselle paljon lisäarvoa.

Arvas näkee elävän musiikin tilanteen olevan aikalaille saman tällä hetkellä kuin 20-vuotta sitten, eli on pienempiä ja suurempia keikkapaikkoja sekä stadium- ja jäähallikeikkoja. Arvas vertaa rock-musiikkia ja klassista musiikkia jota on esitetty jo monta sataa vuotta ja esitetään edelleen. Rock-musiikki elävän musiikin tilanteena tulee varmasti saamaan jotain liitännäisiä teknologian kehittymisen myötä, mutta tuskin tulee katoamaan mihinkään.

5 YHTEENVETO

Elävän musiikin kenttä on jatkuvasti uusien tyyli-suuntien ja toimintamallien vaikutusten alaisena. Tutkimuksesta voi tehdä selvästi johtopäätöksen, että elävän musiikin suosio muuttuu sykleissä. Sykli- en kestot vaihtelevat, mutta niiden voi todeta olevan noin viiden vuoden kestoisia. Elävän musiikin kuluttajat, eli yleisö kaipaa aina tietyin väliajoin jotain uutta, jolloin kulloinkin suosiossa olevan tyyli-suuntauksen on aika väistyä uuden alta pois. Varsinkin rock-musiikki palaa aina uudestaan ihmisten suosioon erilaisin pienin variaatioin.

Riippuu myös elävän musiikin tarjonnan runsaudesta, miten eläväinen elävän musiikin kenttä milloinkin on. Tutkimuksesta voidaan tehdä myös johtopäätös, että mitä monimuotoisempaa elävän musiikin tarjonta on, sitä enemmän se kannustaa yleisöä käymään keikoilla. Tarvitaan pienempiä ja suurempia keikkapaikkoja, jotka kaikki ruokkivat ja pitävät elävän musiikin toimialan elinvoimaisena. Mikäli on vain isoja yleisö- määriä vetäviä keikkapaikkoja, sulkevat ne pienemmät, taiteellisesti arvokkaat keikat pois, kuin myös päinvastoin. Jos on tiloja vain pienemmille yhtyeille, sulkevat ne taloudellisesti voittoa tavoittelevien suurempien yhtyeiden esiintymiset pois. Keikkapaikkojen välille on hyvä löytää tasapaino pienten ja suurten tilojen välille, jolloin syntyy myös taloudellista kilpailua, eikä kenelläkään ole monopoliasemaa Turun elävän musiikin kentällä.

Suuria yleisöjä on vaikeampi saada liikkumaan ja tulemaan keikoille, sillä genret ovat tänä päivänä niin pirstaloituneita. Musiikkityylit jakautuvat lukuisiksi alalajeiksi ja yleisö seuraa enenevissä määrin vain sitä genreä, josta on itse kiinnostunut. Tällöin elävän musiikin seuraaminen itsessään ei ole enää itseisarvo, vaan itselle mielenkiintoisen genren seuraaminen ja tukeminen. Elävän musiikin kokemukselle tulisi löytää jokin lisäarvo, jolloin yleisön saisi osallistumaan myös oman mukavuusalueensa ulkopuolella oleville keikoille.

Musiikin jakelun digitalisoituminen sekä sosiaaliset mediat ihmisiä yhdistävänä tekijänä muuttavat elävän musiikin alaa ja kokemusta jatkuvasti. Selkeät muutokset ovat huomattavissa yleisön musiikin kulutustottumuksissa verrattaessa tätä päivää sekä 90-lukua. Vaikka musiikin ilmaiseen kuluttamiseen totutaan koko ajan enemmän, tulee aina olemaan se kuluttaja ryhmä, joka haluaa tukea

musiikin kuuntelukokemusta ostetun ääniteformaatin muodossa. Tällöin kansitaide on myös osa kuuntelukokemusta. Uudet sukupolvet kuitenkin tottuvat kuluttamaan musiikkiaan enemmän ja enemmän ilmaiseksi, ja luonnollisesti myös elävän musiikin pitää sopeutua näihin muutoksiin. On tärkeää, että myös uudet sukupolvet saadaan ymmärtämään elävän musiikin arvo ja se, että elävän musiikin kokemuksesta tulisi maksaa. Tätä ajatusta voidaan ylläpitää jatkossakin pääsymaksuin, joiden tulisi olla aina osana elävää musiikkia myös sen takia, että tekijät saavat taloudellisen korvauksen esittämälleen musiikille ja järjestäjät korvauksen vaivannäöstään.

Elävä musiikki ei varmastikaan tule ikinä kuolemaan pois. Sen kiinnostavuus ja elinvoimaisuus vaihtelee tekijöiden, ravintoloitsijoiden sekä muiden elävän musiikin kulttuuria ylläpitävien tahojen ja henkilöiden ansiosta. Tämän opinnäytetyön tarkoitus on myös omalta osaltaan kannustaa ihmisiä järjestämään elävää musiikkia sekä yleisöä käymään keikoilla.

LÄHTEET

Karhumaa, Mika 2000. Musiikki bisnes. Helsinki: Oy Edita Ab, s. 79.

Musiikkituottajat 2011. Äänitteiden myynti Suomessa vuonna 2010. Uutiset, 7.2.2011. Viitattu 2.5.2013.

<http://www.ifpi.fi/uutiset/arkisto/aanitteiden%20myynti%20suomessa%20vuonna%202010>

Musiikkituottajat 2013a. Äänitemarkkinat 2012 - kokonaismarkkina pienessä kasvussa. Uutiset 22.1.2013. Viitattu 2.5.2013.

<http://www.ifpi.fi/uutiset/arkisto/aanitemarkkinat-2012---kokonaismarkkina-pienessa-kasvussa>

Musiikkituottajat 2013b. Suomen virallinen lista – Artistit. Tilastot. Viitattu 2.5.2013. <http://www.ifpi.fi/tilastot/virallinen-lista/artistit/pää+kii/pää+kii>

Onninen, Oskari 2013. Jarttu puhuu ihmisten kieltä. Etelä-Suomen 16.2.2013. VIITATTU 30.4.2013. <http://www.ess.fi/?article=403888>

Salminen, Kari 2011. Xysma järjesti perhetapahtuman. Turun Sanomat 21.11.2011. Viitattu 26.4.2013.

<http://www.ts.fi/kulttuuri/musiikki/279842/Xysma+jarjesti+perhetapahtuman>

Santala, Matti & Handelberg, Jari & Kiuru, Pentti 2012. Musiikkialan ennakkointi- ja osaamistarveselvitys. Elinkeino-, liikenne ja ympäristökeskus. Raportteja 76. Viitattu 2.5.2013.

http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/84860/Raportteja_76_2012%20.pdf?sequence=3

Sarajärvi, Anneli & Tuomi, Jouni 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi

TEOSTO 2013. Elävä musiikki. Viitattu 2.5.2013.

<http://www.teosto.fi/kayttajat/kaikki-luvat-ja-hinnat/700>

Trygg, Jan & Pänkäläinen, Raisa 2012. Turun klubin asiakaskysely. Ei julkaistu.

Turun kaupunki 2012. Tilastotietoja Turusta. Viitattu 23.4.2013.

<http://www.turku.fi/public/download.aspx?ID=152186&GUID={CCCDD43D-7655-4544-B3D8-EBF468BA23D3}>

Virtanen, Valtteri 2011. Tutkimus Indie pop -klubitoiminnasta. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Viitattu 2.5. 2013.

<http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/30498/Virtanen-Valtteri-2.pdf?sequence=1>

HAASTATTELUT:

Lehtinen, Jussi 2012. Elävän musiikin suosion vaihtelevuus Turun rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän päivään / Opinnäytetyöhaastattelu. 3.3.2012, Turku.

Helenius, Jussi 2012. Elävän musiikin suosion vaihtelevuus Turun rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän päivään / Opinnäytetyöhaastattelu. 21.3.2012, Turku.

Nurminen, Kimmo 2012. Elävän musiikin suosion vaihtelevuus Turun rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän päivään / Opinnäytetyöhaastattelu. 28.3.2012, Turku.

Väntänen, Ari 2012. Elävän musiikin suosion vaihtelevuus Turun rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän päivään / Opinnäytetyöhaastattelu. 28.3.2012, Turku.

Arvas, Tomi 2012. Elävän musiikin suosion vaihtelevuus Turun rock-klubi-ympäristössä 90-luvulta tähän päivään / Opinnäytetyöhaastattelu. 1.4.2012, Turku.

LIITTEET

LIITE 1: Haastattelurunko

ELÄVÄN MUSIIKIN SUOSION VAIHTELEVUUS TURKULAISESSA ROCK-KLUBI –YMPÄRISTÖSSÄ (90-luvulta tähän päivään)

Lyhyt esittely itsestäsi.

Miten pitkään olet toiminut tapahtumajärjestäjänä tai ohjelmatuottajana Turussa?

Miten tapahtumatuottaminen/keikkojen järjestäminen on muuttunut verrattuna tähän päivään?

Koetko, että keikkojen suosio menee sykleissä, eli keikoilla käymisen suosiolla on selkeät nousu- ja laskusuhdanteet? Jos, miten pitkään nousu- ja laskusuhdanteet kestävät?

Ovatko keikkajärjestäjän taloudelliset riskit muuttuneet paljon?

Miten keikkamyyjien tai ohjelmatoimistojen rooli on muuttunut?

Miten erilaiset ilmiöt ja tyyliuutaukset vaikuttavat livemusiikin suosioon ja mitä tällaiset ilmiöt ovat esimerkiksi olleet?

Toistuvatko jotkut ilmiöt säännöllisin väliajoin?

Ovatko elävän musiikin suosion nousu- ja laskusuhdanteet mahdollisesti ennustettavissa tai onko asioita jotka voivat viitata selkeästi suosion vaihteluihin?

”Ei ole populaarimusiikkia ilman ihmisten yhteisöä”. Jos kaupungissa on useita keikkapaikkoja ja keskinäistä kilpailua ohjelmatarjonnan suhteen, niin koetko sen elävöittävän koko elävänmusiikin ja keikoilla käymisen suosiota, vai onko tilanne parempi jos elävänmusiikin tarjonta keskittyy vain muutamaan tai vain pariin paikkaan? Näkökö tämä ns. musiikinkuluttajien yhteisön vähyytenä? Onko Turussa ollut vertailu kelpoisia tilanteita?

Miten keikoilla käyminen sosiaalisena tapahtumana on muuttunut?

Miten pääsylippujen rooli on muuttunut vuosien aikana? Yökerhoihin joissa ei erikseen ole mitään ohjelmaa voidaan maksaa esimerkiksi kuusi euroa ja asiakkaita riittää aina. Samanhintaiset elävän musiikin illat ovat useasti järjestäjälleen kuitenkin taloudellisesti riskialttiita?

(Kimmo Nurminen: Onko Indie-iltamien kävijämäärissä ollut selkeitä vaihteluita? Onko tapahtumapaikka vaikuttanut kävijämääriin?)

(Tomi Arvas: Onko Palatsin tai Vimman kävijämäärissä ollut ala-ikäisten keskuudessa selkeitä vaihteluja?)

Miten musiikin digitalisoituminen on vaikuttanut elävän musiikin suosioon?

Ovatko ihmiset tottuneet kuluttamaan musiikkinsa lähestulkoon ilmaiseksi? Näkökö esimerkiksi vieraslista pyynnöissä?

Pientenkin bändien on nykyään helppo levittää musiikkiaan ja digitalisoitumisen kautta tarjontaa on tänä päivänä todella paljon. Onko tämä vaikuttanut keikoilla käymisen suosioon? Miten tilanne oli eri kun yhtyeet tekivät äänitteitä harvemmin ja konkreettisella formaatilla oli enemmän painoarvoa?

Levymyynti on laskenut paljon ja useat levykaupat ovat lopettaneet toimintansa? Onko levymyyntin lasku ollut verrannollinen elävän musiikin suosioon?

Mitä elävän musiikin –kulttuurille tulee tapahtumaan seuraavien 20 vuoden aikana?

LIITE 2. Turkulaisten keikkapaikkojen kartoitusta (1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10 eivät ole enää toiminnassa).

LIITE 2



- 1 Appelsiini
- 2 Feenix
- 3 Shadow Bar
- 4 Stage
- 5 Submarina
- 6 Auran Panimo
- 7 Kirjakahvila
- 8 Imaamin Keinutuoli
- 9 Tinatuoppi
- 10 Yo-talo: Seminaari, Iskeri, Krakova
- 11 Klubi
- 12 TVO, S-osis
- 13 Pub Port Arthur